

УДК 378.091:007:658.8

Наталія Миколаївна Лашук,
аспірантка кафедри мов і методики
їх викладання Національного університету
«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка,
e-mail: lashuknata@gmail.com

РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СТРАТЕГІЙ МЕДІАОСВІТИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

У статті узагальнено особливості використання медіаосвітніх технологій для формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів у процесі фахової підготовки. Проаналізовано відмінності між поняттями «медіатехнології» та «медіаосвітні технології». Виділено методи медіаосвітніх технологій. Як елементарну медіаосвітню технологію запропоновано спецкурс «Медіакомпетентність. Технології та стратегії» і надано приклади медіарекомендацій. Висвітлено поняття «медіадидактика» як сукупність освітніх технологій, безпосередньо пов'язаних з використанням різних видів медіа, та запропоновано її різновид блогодидактику у вигляді медіаосвітнього блогу викладача.

Ключові слова: технології навчання, медіатехнології, медіаосвіта, медіаосвітні технології, медіазасоби, спецкурс, медіарекомендації, медіаосвітній блог.

Постановка проблеми. Проблема розвитку медіаграмотності та медіакомпетентності студентів, інтеграції медіаосвітніх технологій до навчального процесу вищої школи й захисту від медіаманіпуляцій, фейків та пропаганди стає дедалі актуальнішою у світлі інформатизації освіти, інформаційних війн та перевантаження інформацією. Медіаосвіта – це комплекс заходів, спрямований на формування вмінь, навичок, готовності до опанування медіапростору, до розроблення власних освітніх та інформаційних стратегій на рівні медіаобізнаності, медіаповедінки та медіаактивності, до застосування технологій та стратегій критичного мислення в професійній та особистісній діяльності (за І. В. Жилавською). Мультимедійний продюсер, спеціаліст у сфері інтерактивного навчання О. Силантьєва формує концепцію медіаосвіти з позиції розуміння «медіа» як посередників комунікації між людьми або між спільнотами, «освіти» як комунікації та взаємодії, що характеризується рівноправністю й однаковим впливом обох сторін на результат. Професор Г. В. Онкович звертає увагу на ефективність і перспективи впровадження та розвитку медіаосвітніх технологій як однієї з форм медіаосвіти з метою реалізації компетентнісного особистісно орієнтованого підходу, опанування комунікативного простору [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема формування медіакомпетентності майбутніх фахівців та питання впровадження медіаосвітніх технологій у вищій школі розглядалася у численних дослідженнях, зокрема, у працях О. А. Бондаренко, І. С. Власенка, О. А. Георгіаді, І. Ю. Гуріненко, Г. В. Онкович, І. А. Сахневич, О. К. Янишин, І. В. Жилавської, О. В. Федорова, І. М. Хижняк та ін. Загальні питання медіаосвіти, використання засобів медіаосвіти та проблеми формування медіаосвітнього простору певним чином висвітлені у роботах О. Т. Барішполець, С. В. Іць, Ю. М. Казакова, Д. В. Коломієць, Г. Я. Майбороди, В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк; О. В. Мурюкиної, Н. П. Рижих, О. А. Столбнікової, В. С. Тоїскина, І. В. Челишевої, І. М. Чемерис, Н. О. Шубенко. Проте, незважаючи на великий доробок науковців у сфері медіаосвіти, питання формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів за допомогою залучення медіаосвітніх технологій залишається актуальним і недостатньо розробленим.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження особливостей використання медіаосвітніх технологій для формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів у процесі фахової підготовки. Завдання дослідження: аналіз сутності понять «медіатехнології» та «медіаосвітні технології»; виділення методів, прийомів та технік медіаосвіти; узагальнення особливостей використання медіаосвітніх технологій у навчальному процесі вищої школи.

Виклад основного матеріалу. У рамках нашого дослідження необхідно з'ясувати сутність понять «технології» та «технології навчання». Технологія – це система послідовних дій, виконання яких за певних умов приводить до запланованих результатів [2, с. 297]; «технологія навчання — системна категорія, орієнтована на дидактичне застосування наукового знання, наукові підходи до аналізу й організації навчального процесу з урахуванням емпіричних інновацій науково-педагогічного працівника і на досягнення високих результатів у професійній компетенції та розвитку особистості студентів» [3, с. 35]. Щодо медіатехнологій дослідник П. В. Саварин визначає поняття

«медіатехнології» як сукупність способів, спрямованих на організацію навчального процесу на основі багатоканальності сприйняття інформації, інтерактивності та застосування мультимедійних апаратних і програмних засобів [4, с. 20]. Необхідно розрізняти поняття «медіатехнології» та «медіаосвітні технології» або «технології медіаосвіти». У словнику О. В. Федорова пропонується формулювання терміна «медіатехнології» як способів створення медіатекстів за допомогою сукупності медіатехніки, а медіаосвітні технології – як сукупність форм, методів, прийомів створення педагогічних умов, що забезпечують ефективну медіаосвіту [5, с. 46], тобто різниця між медіатехнологіями і медіаосвітніми технологіями полягає в тому, що перші мають на меті створення медіапродукції, а останні – вживаються у більш широкому значенні та спрямовані на організацію медіаосвітньої діяльності, яка сприяє та залучає до створення медіатекстів різних медіаформатів із використанням медіатехніки та медіазасобів. Цікавою для нас є позиція В. П. Котенка та А. П. Константинової, зокрема розгляд медіатехнологій через призму концепції діяльності [6], згідно з якою медіатехнології – це технології роботи з інформацією, синкретичні форми комунікації. Медіатехнології розглядаються як один з аспектів або принципів створення та дослідження технологічної діяльності (здобування, передавання, зберігання, опрацювання, збереження, використання, репрезентації інформації). У широкому розумінні медіатехнології пов'язують зі здобутками цивілізації, такими як розвиток і освоєння нової техніки, нових форм кооперації, нових можливостей концентрації ресурсів, науково-технічний та культурний прогрес, тобто технологіями соціальної діяльності на основі ЗМК в інформаційній реальності; у вузькій інтерпретації медіатехнології – це «засоби організації інформаційної діяльності». Науковці підкреслюють міждисциплінарний характер медіатехнологій. Структура медіатехнологій включає медіасуб'єкт (індивід, спільнота, суспільство: розробники, видавці, дистриб'ютори, користувачі мультимедійними продуктами), медіаоб'єкт (об'єктивна реальність, яка зазнає різних форм перетворення), мета (побудова інформаційної моделі процесу, явища: розроблення інтегрованих інформаційних систем маркетингу, індивідуалізація освітньої діяльності і т. д.), медіазнання (знання про медіатехнології та їх складові), медіазасоби (преса, кіно, радіо, телебачення, Інтернет тощо), медіасередовище (визначає умови функціонування медіатехнологій і одночасно є їх основою), медіапроцес, результат медіадіяльності [7]. У цілому засоби медіа поділяють на дві великі групи: традиційні (преса, радіо, кіно, телебачення) та нові (відео, комп'ютер, відеоігри, мобільні телефони, планшети, ноутбуки, Інтернет та ін.). О. С. Галченков виділяє категорію «дидактичні медіатехнології» і класифікує їх за характером медіазасобів як аудіовізуальні, мультимедійні, гіпертекстові, голографічні [8, с. 84–85]. Переваги медіатехнологій (за О. С. Галченковим): «проживання» знань, образність і розвиток образного мислення, реалізація смислоутворювальної діяльності студентів, надання орієнтовної основи дій, використання механізмів перетворення одних текстових структур в інші тощо. У навчальному процесі виділяють такі функції медіатехнологій, як-от: доступ до різних інформаційних джерел та медіаресурсів; активізація пізнавальної діяльності студентів; підвищення мотивації та емоційний вплив; забезпечення інтерактивності; моніторинг навчально-пізнавальної діяльності; підвищення якості засвоєння навчального матеріалу; розвиток критичного творчого мислення; інтенсифікація та диверсифікація навчального процесу.

І. А. Сахневич розглядає медіаосвітні технології як процес, що охоплює техніки, методи, прийоми впровадження медіазасобів до структури освітньої діяльності з метою формування медіакультури майбутнього фахівця [9]. Оскільки наразі для сучасної освіти характерні процеси медіатизації, медіатехнології доцільно й конструктивно використовуються як засоби для розроблення нових форм і методів навчання. Продуктивною для нашого дослідження є позиція медіапедагога В. М. Фатєєва, який виділяє «елементарні медіаосвітні технології» на противагу методам чи прийомам, сукупність яких становить технологію, – медіаосвітній курс/програма (спрямована на формування когнітивного компонента медіакомпетентності: знання про ЗМІ, вміння та навички критичного аналізу) та медіаосвітній проект, спрямований на медіавиробництво [10]. На базі Чернігівського національного технологічного університету нами було розроблено та впроваджено до навчального процесу медіаосвітній спецкурс «Медіакомпетентність. Технології та стратегії» для студентів, які навчаються за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузь знань: 07 «Управління та адміністрування». Також розроблено дистанційний спецкурс на платформі Moodle.

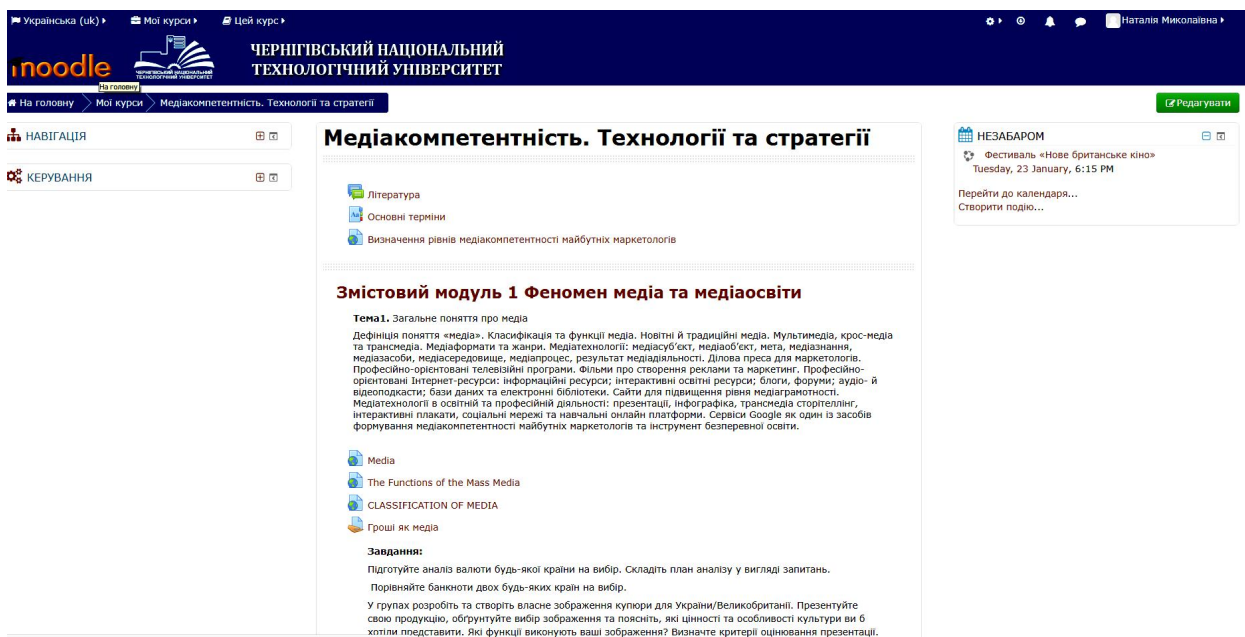


Рис. 1 Дистанційний спецкурс «Медіакомпетентність. Технології та стратегії»

Спецкурс має практичне спрямування, надаючи студентам можливість набуття певного рівня медіакомпетентності та медіадосвіду в професійній діяльності. Програма нашого спецкурсу «Медіакомпетентність. Технології та стратегії» враховує сучасні тенденції у викладанні основ медіаграмотності та медіаосвіти й базується на таких принципах: культуровідповідності, діяльності, гуманізації, міждисциплінарної інтеграції, розвитку критичного мислення, креативності, контекстності, актуальності, диференціації, пріоритету проблемних форм навчання, семіотичності, плюрилінгвізму, продуктивної мотивації. Предметом вивчення спецкурсу є основні поняття медіаосвіти, критичного мислення, професійно орієнтовані медіатехнології та медіакомпетентність студента, що передбачає оволодіння комплексом знань та вмій для формування освітніх та інформаційних стратегій та використання медіатехнологій на рівні медіаповедінки, медіадіяльності та медіатворчості. Метою спецкурсу є формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів, їхньої готовності до взаємодії з професійно-орієнтованими медіа, розвиток критичного та креативного мислення, умій інтерпретації, сприймання, аналізу, оцінювання та створення медіатекстів для освіти, самоосвіти й здійснення професійної діяльності (медіамоніторингу, медіапланування, маркетингових комунікацій).

Науковці, зокрема З. Р. Гафурова, виділяють медіарекомендацію як елемент медіаосвітньої технології. Медіарекомендації є передумовою самоосвіти студентів, розвитку їхньої медіаактивності і, зокрема, медіатворчості, тому що за допомогою медіарекомендацій створюється поняттєвий контекст і розширюється діапазон вивчення будь-якої проблеми. У процесі розроблення спецкурсу, нашого навчального посібника до спецкурсу «Медіакомпетентність. Технології та стратегії» ми використовували різні види медіарекомендацій: переглянути фільми, телепередачі, відеоролики на Youtube, презентації, пройти тестування, відвідати музеї, прослухати лекції, порівняти різні медіаосвітні сайти, професійно орієнтовані сайти, блоги, подкасти для маркетологів, зареєструватися та пройти он-лайн курси, переглянути та проаналізувати підручники, відвідати тренінги з медіаосвіти, фестивалі кіно в Чернігові тощо. Наприклад, для вивчення теми «Гроші як медіа» пропонуються такі медіарекомендації, що передбачають ознайомлення з україномовними, російськомовними та англійськомовними ресурсами:

1. Прочитати статтю Богданенко О. «Самые необычные деньги в мире» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/blogs/90142-samyie-neobyichnyie-dengi-v-mire.htm>
2. Відвідати Музей грошей Національного банку, зареєструватися на екскурсію можна за посиланням: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=16724838
3. Переглянути відеоролики на каналі Youtube за посиланням:
 - a) Introducing The New Fiver [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=1_fUKDmI8bU
 - b) Money in the modern economy: an introduction – Quarterly Bulletin article [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ziTE32hiWdk>

4. Ознайомитись і порівняти презентації «Історія виникнення грошей» та «Історія гривні» за посиланнями:

a) <http://svitppt.com.ua/ekonomika/istoriya-groshey.html>;

b) <http://svitppt.com.ua/ekonomika/istoriya-grivni.html>.

5. Переглянути фільм «Money masters» / «Господарі грошей» (1996 р., режисер William T. Still) англійською або російською мовами.

Медіаосвітні технології об'єднують поняттям «медіа дидактика». Існують різні інтепретації цього поняття (за В. В. Протопоповою, Г. В. Онкович, О. В. Федоровим, І. А. Сахневич):

– медіадидактика як система принципів, теоретичних положень медійного навчання, спрямована на розвиток медіаграмотності/медіакомпетентності;

– медіадидактика як частина загальної дидактики, яка досліджує проблеми залучення різних медіа до освітнього процесу і вміщує класичні концепції щодо використання медіа як основних і допоміжних інструментів навчання, концепцію навчання за допомогою Інтернет-ресурсів, концепцію навчання щодо створення власних медіапродуктів, концепцію кооперативного навчання;

– медіадидактика як сукупність освітніх технологій, безпосередньо пов'язаних з використанням кіно, телебачення, преси (пресодидактики, радіодидактики, Інтернет-дидактики, яка, у свою чергу, поділяється на сайтодидактику, подкастдидактику, блогодидактику тощо).

Автором було створено медіаосвітній блог «Mediaосвіта» на платформі Blogger з адресою <https://lashuknata.blogspot.com/>. У блозі викладача представлено такі розділи: Головна сторінка, Маркетинг і медіа, Про блог, WebQuests, Контакти. У розділі «Головна сторінка» автор розміщує публікації медіаосвітньої спрямованості щодо нових медіатехнологій та прикладів їх застосування для самостійної роботи, інтенсифікації вивчення англійської мови за професійним спрямуванням, із застосуванням медіатекстів українською або англійською мовами з метою диверсифікації, інтенсифікації, медіатизації навчально-виховного процесу на основі залучення медіатехнологій, систематизації, диференціації, індивідуалізації навчання та розвитку критичного мислення. У розділі «WebQuests» подано завдання англійською мовою для групових проєктів медіаосвітньої тематики. У розділі «Маркетинг і медіа» надається перелік ділової преси для маркетологів, професійно-орієнтованих телевізійних програм, фільмів про створення реклами та маркетинг, професійно-орієнтованих Інтернет-ресурсів, сайтів для підвищення рівня медіаграмотності.

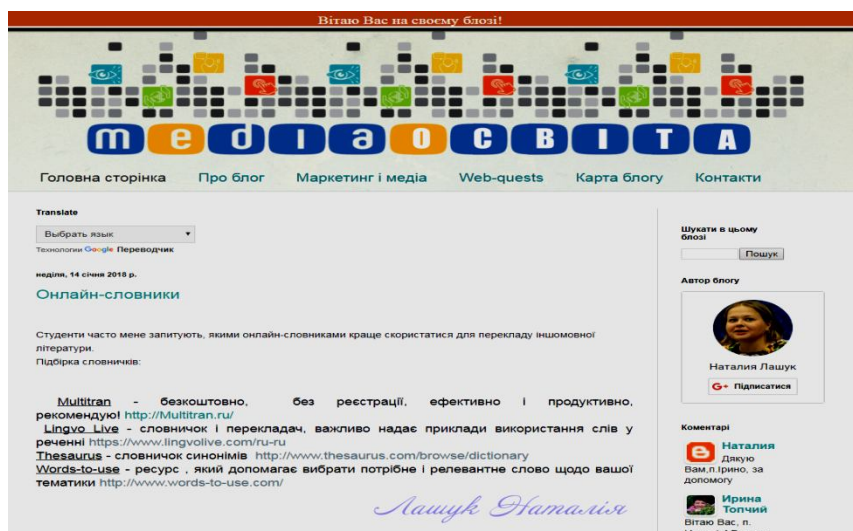


Рис. 2 Медіаосвітній блог викладача

Медіаосвітні технології, як і будь-які навчальні технології, вимагають спеціальних форм і методів, що відповідають змісту навчання. Медіаосвіта передбачає застосування таких методик і форм навчання, за яких відбувається розвиток особистості, її творчих здібностей, критичного мислення за допомогою залучення до творчості, аналізу, інтерпретації та створення медіатекстів, занурення в основу медіадіяльності на базі автономних курсів або інтеграції в традиційні предмети. Вважаємо основними методами реалізації медіаосвітніх технологій проблемно-орієнтований, дослідницький, метод тематичного пошуку, кооперативного навчання, кейс-метод, методи та стратегії розвитку критичного та креативного мислення, методи критичного аналізу медіатекстів, вебквести,

мультимедійний сторітеллінг тощо. Наведемо приклади завдань спецкурсу «Медіакомпетентність. Технології та стратегії», що їх розроблено на основі використання цих методів:

- 1) у групах проаналізувати одне з професійно-орієнтованих періодичних видань, використовуючи п'ять ключових концепцій медіаосвіти;
- 2) порівняти два різні професійно орієнтовані ресурси для маркетологів, виділити їх переваги та недоліки;
- 3) провести опитування групи для визначення п'яти найпопулярніших професійно орієнтованих медіаресурсів; репрезентувати результати дослідження й обговорити їх у групах;
- 4) підготувати у групах та репрезентувати огляд іншомовної професійно орієнтованої ділової преси для маркетологів (англійською / українською мовами), визначити критерії, за якими ви будете складати список періодичних видань для використання групою; порівняти списки;
- 5) створити буктрейлер (невеликий, не більше 3 хвилин, відеоролик, у якому коротко розповідається про будь-яку книгу, наприклад, про підручник з маркетингу) і розмістити його на сайті бібліотеки або в соціальних мережах; репрезентувати свій буктрейлер у групі;
- 6) вивчити й репрезентувати рекламну кампанію певної продукції в різних медіа;
- 7) зробити й завантажити на SlideShare презентацію з аналізом рекламної стратегії будь-якого підприємства Чернігівщини; відповісти на запитання:
 - a) до кого звернутися за консультацією?
 - b) де ми можемо знайти більше інформації про це?
 - c) чому в цьому сьогодні є потреба?
 - d) чи чітко я озвучив, сформулював, доніс до аудиторії мету своєї медіадіяльності?
 - e) які слабкі/ сильні сторони мого медіатексту?
- 8) підготуватися до проведення дослідження і, зокрема, проведення опитування, для виявлення стереотипів, що подобається / не подобається вашим потенційним клієнтам; підготувати запитання; розробити форму анкети, за допомогою якої буде проводитися опитування; скласти список можливих помилок, яких необхідно уникати у процесі опитування;
- 9) придумати казку або невелику історію, яка б проілюструвала ваше бачення концепції критичного мислення; представити цю історію у вигляді коміксів / відео / ситуації / хмари слів;
- 10) створити схему медіакомпетентності, яка допоможе розробити свою освітню стратегію професійного розвитку, самостійно вибрати медіаформат її презентації; визначити вміння, якими ви володієте, й ті, які необхідно опанувати.

Висновки. Медіаосвітні технології та медіатехнології як їх складові сприяють формуванню медіакомпетентності майбутніх маркетологів, передбачають використання мультимедійних інструментів, різних медіаплатформ та Інтернет-сервісів; відповідають вимогам часу, сприяють зв'язку навчальної діяльності з реаліями нашого життя, забезпечуючи сучасним медіаконтентом та медіаформатами. Медіаосвітні технології сприяють розвитку здібностей студентів до комунікації та самовираження, розвитку критичного творчого мислення, характеризуються діалогічністю й інтерактивністю. До перспектив відносимо дослідження застосування технології трансмедіа сторітеллінгу в процесі викладання іноземної мови за професійним спрямуванням із застосуванням різних медіаформатів: лонгвідів, таймлайнів, інфографіки, концептуальних карт, інтерактивних презентацій тощо з метою формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів.

Список використаних джерел та літератури

1. Онкович Г. В. Медиаобразовательные технологии и компетентностно-ориентированный подход в вузовском обучении / Г. В. Онкович // Медиаобразование. – 2010. – № 4. – С. 12–17.
2. Стрілець С. І. Інновації у вищій педагогічній освіті: теорія і практика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів [2-ге видання переробл.] – Чернігів : Видавець Лозовий В. М., 2015. – 544 с.
3. Дидактичні системи у вищій освіті : навч. посіб. / авт.-упоряд. В. В. Бойченко. – Умань : ПП Жовтий О.О., 2013. – 121 с. – (Серія «Педагогіка вищої школи»).
4. Саварин П. В. Підготовка майбутнього викладача технічних дисциплін до застосування медіатехнологій у професійній діяльності : дис. канд. пед. наук : 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти / Павло Вікторович Саварин. – Луцьк, 2017 – 270 с.
5. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – М. : МОО «Информация для всех», 2014. – 64 с.
6. Котенко В. П. Методологические основы анализа медиатехнологий / В. П. Котенко, А. П. Константинова // Библиосфера. – 2009. – № 2. – С. 14–21.

7. Константинова А. П. Философские проблемы медиатехнологий : автореф. дис. канд. философ. наук : 09.00.08 – философия науки и техники / Анна Павловна Константинова. – Санкт-Петербург, 2011. – 20 с.

8. Галченков А. С. Дидактические особенности применения медиатехнологий в дополнительном гуманитарном образовании подростков : дис... канд. пед. наук : 13.00.01 – общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки) / Алексей Сергеевич Галченков. – Ростов-на-Дону, 2014. – 231 с.

9. Сахневич І. А. Педагогічні умови застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх фахівців нафтогазового профілю : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. пед. наук : спец. 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти / Інна Андріївна Сахневич. – Київ, 2012. – 20 с.

10. Фатеев В. М. Эффективность технологии медиаобразовательного курса в высшем профессиональном образовании (на примере образования менеджеров) / В. М. Фатеев // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия : Образование. Педагогические науки, 2011. – Вып. 13. – № 24. – С. 113–117.

Наталія Николаевна Лашук,

аспірантка кафедри мови і методики
їх преподавания,
Национального университета
«Черниговский колледжум»
имени Т. Г. Шевченко,
e-mail: lashuknata@gmail.com

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ И СТРАТЕГИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ МАРКЕТОЛОГОВ

В статье обобщены особенности использования медиаобразовательных технологий для формирования медиакомпетентности будущих маркетологов в процессе профессиональной подготовки. Проанализированы различия между понятиями «медиатехнологии» и «медиаобразовательные технологии». Выделены методы и приемы медиаобразования. Как элементарная медиаобразовательная технология представлен спецкурс «Медиакомпетентность. Технологии и стратегии». Освещено понятие «медиадидактика» как совокупность образовательных технологий, непосредственно связанных с использованием различных видов медиа, и, как пример, рассматривается блогдидактика в форме медиаобразовательного блога преподавателя.

Ключевые слова: технологии обучения, медиатехнологии, медиаобразование, медиаобразовательные технологии, медиасредства, спецкурс, медиарекомендации.

Nataliia Lashuk,

post-graduate student of
the Department of Languages
and Teaching Methods,
T. H. Shevchenko National University
«Chernihiv Colehium»,
e-mail: lashuknata@gmail.com

THE ROLE OF TECHNOLOGIES AND STRATEGIES OF MEDIA EDUCATION FOR FORMING FUTURE MARKETERS' MEDIA COMPETENCE

***Introduction** The problems of developing media literacy and media competence of students, integrating media education technologies into the higher education curriculum and protecting from media manipulation, fakes and propaganda are becoming increasingly relevant in the process of education informatization, information wars and information overload. Media education is a complex of activities aimed at developing skills, readiness for mastering the media space, developing own educational and information strategies at the level of media awareness, media behaviour and media production, and the application of critical thinking technologies and strategies to professional and personal activities.*

***Purpose** of the article is to investigate the peculiarities of the media education technologies for forming future marketers' media competence in the process of professional training. The objectives of the study are*

analysis of the essence of the concepts of media technology and media education technology; selection of methods and techniques of media education; generalization of the peculiarities of media education technologies implementation in the high school educational process.

Methods. *During the research, the following methods were used: the analysis of theoretical sources on the media competence forming and integration of media education technologies into high school educational process, reasoning, synthesis and systematization of the results, observation and generalization of pedagogical practice.*

Results. *The article summarizes the peculiarities of the use of media education technologies for forming mediacompetence of future marketers in the process of professional training. The differences between the concepts of «media technology» and «media education technologies» are analyzed. Methods and techniques of media education are considered.*

Originality. *A special course «Media Competence. Technologies and Strategies» is presented as an elementary media education technology. The concept of «media didactics» is described as a set of educational technologies associated with the use of different types of media, and a type of blog didactics in the form of a teacher's media education blog is analysed.*

Conclusion. *Media education technologies and media technologies as their components promote forming media competence of future marketers, envisaging the use of multimedia tools, various media platforms and Internet services; meet the requirements of the time, facilitate communication of learning activities with the realities of our lives, providing modern media content and media formats. Media education technologies contribute to the development of students' abilities for communication and self-expression, the development of critical creative thinking, characterized by dialogue and interactivity*

Key words: *educational technologies, media technologies, media education, media education technologies, media tools, special course, media recommendations.*

References

1. Onkovich G.V. Mediaobrazovatel'nye tehnologii i kompetentnostno-orientirovannyj pohod v vuzovskom obuchenii / G.V. Onkovich // Mediaobrazovanie. – 2010. – № 4. – S.12-17.
2. Strilets S.I. Innovatsii u vyshchii pedahohichnii osviti: teoriia i praktyka : Navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchikh navchalnykh zakladiv [2-he vydannia pererobl.] – Chernihiv: Vydavets Lozovyi V.M., 2015. – 544 s.
3. Dydaktychni systemy u vyshchii osviti: navch. posib. / avt.-uporiad. V.V. Boichenko. – Uman : PP Zhovtyi O.O., 2013. – 121 s. – (Serii «Pedahohika vyshchoi shkoly»).
4. Savaryn Pavlo Viktorovych Pidhotovka maibutnoho vykladacha tekhnichnykh dystsyplin do zastosuvannia mediatekhnolohii u profesiinii diialnosti : dys. kand. ped. nauk : 13.00.04 04 – teoriia i metodyka profesiinnoi osvity / Savaryn Pavlo Viktorovych – Lutsk, 2017 – 270 s.
5. Fedorov A.V. Slovar' terminov po mediaobrazovaniju, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti. / A.V. Fedorov – M.: MOO «Informacija dlja vseh», 2014. – 64 s.
6. Kotenko V.P. Metodologicheskie osnovy analiza mediatehnologij / V.P. Kotenko, A.P. Konstantinova // Bibliosfera, 2009. – № 2. – S. 14-21.
7. Konstantinova A.P. Filosofskie problemy mediatehnologij : avtoref. dis. kand. filosof. nauk : 09.00.08. – «Filosofija nauki i tehniki» / Konstantinova Anna Pavlovna. – Sankt-Peterburg, 2011 – 20 s.
8. Sakhnevych I.A. Pedahohichni umovy zastosuvannia mediaosvitnikh tekhnolohii u profesiinii pidhotovtsi maibutnikh fakhivtsiv naftohazovoho profilu : avtoref. dys. na zdobuttia stup. kand. ped. nauk : spets. 13.00.04 – teoriia i metodyka profesiinnoi osvity / Sakhnevych Inna Andriivna – Kyiv, 2012 – 20 s.
9. Galchenkov A.S. Didakticheskie osobennosti primeneniya mediatehnologiy v dopolnitelnom humanitarnom obrazovanii podrostkov: dis. kand. ped. nauk : 13.00.01 – obschaya pedagogika, istoriya pedagogiki i obrazovaniya (pedagogicheskie nauki) / Galchenkov Aleksey Sergeevich. – Rostov-na-Donu, 2014. – 231s.
10. Fateev V.M. Jeffektivnost' tehnologii mediaobrazovatel'nogo kursa v vysshem professional'nom obrazovanii (na primere obrazovaniya menedzherov) / V.M. Fateev // Vestnik Juzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Serija : Obrazovanie. Pedagogicheskie nauki, 2011 – Vip. 13. – № 24. – S.113-117.

Отримано редакцією 15.02.2018 р.